

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

МАТРОСОВА В.О.,

к.е.н., професор

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

м. Харків, України

НОСИРЄВ О.О.,

к.е.н., доцент

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

м. Харків, України

ГЛІЗНУЦА М.Ю.,

к.е.н., доцент

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

м. Харків, України

Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку привів до трансформування туристичної галузі з такої, що орієнтована на обслуговування організованих туристів, на багатогалузеву сферу діяльності, спрямовану на задоволення різноманітних потреб мільйонів індивідуальних туристів. В Україні за останні п'ять років туристичні потоки збільшились утричі. Але напрями туристичного бізнесу в нашій країні освоєні не повністю. Підтвердженням цього є зростання обсягів виїзного туризму на 53,1% та скорочення в'їзного – на 8,3% [1]. Одна з причин зменшення обсягів останнього – недостатня інформованість про вітчизняний туристичний продукт, складність його інформаційного супроводження, яка пов'язана з неспроможністю суб'єктів туристичної діяльності відслідковувати і підтримувати велику інформаційну базу [1].

Актуальність дослідження є очевидною. Проникнення сучасних інформаційних технологій в різні сфери людської діяльності, на сьогоднішній день стає одним з найважливіших чинників підвищення ефективності процесів, важливість якого ще не до кінця усвідомлена багатьма підприємствами сфери туризму. Підприємства, які усвідомили можливості інформаційних ресурсів і комп'ютерних технологій, а пізніше впровадивши їх у свою діяльність, змогли

не тільки оптимізувати виробництво, але й придбати конкурентні переваги, що дозволили їм вижити в умовах кризи.

Туристичну індустрію України слід розглядати як одну з найголовніших галузей в господарстві. Але якщо аналізувати Україну, можна зробити висновок туризм знаходиться на досить низькому рівні і нагально потребує інноваційного розвитку. На країни бувшого СРСР та України в загальному припадає 2 % світового попиту [14, 19]. Аналізуючи динаміку розвитку туризму в Україні за останні десятиріччя, немає сумніву в необхідності підвищення ефективності управління даною сферою. Територія України має всі передумови для розвитку туризму, а саме наявність багатих природних та рекреаційних ресурсів.

У доповіді висвітлено проблемні питання фінансування і розвитку туристських стартапів на сучасному етапі в умовах європейської інтеграції. Поняття стартап означає будь-який проект, суть якого полягає в певній нестандартній і оригінальній ідеї, подібної до якої ще немає в мережі Інтернет або в сфері технологій. Стартап досить часто є рентабельним і вигідним об'єктом інвестування грошових коштів, проте також часто він може бути дуже ризикованим. Оскільки особливістю стартапів є майже повна відсутність операційної діяльності, на основі якої можна було б зробити висновки про рентабельність і перспективи підприємства, головне для інвесторів - отримати чітке уявлення про суть і конкурентоспроможності інновації [11, 16, 24]. В цьому дослідженні автори під туристичним стартапом розуміють проект, орієнтований на продаж квитків на транспорт, пов'язаний з подорожами, або номерів в готелях, або того й іншого, а також традиційні проекти з продажу туристичних путівок.

Вирішення вищезазначених завдань має базуватись на дослідженні наявних сучасних інформаційних технологій, їх застосуванні та впливу на різні стадії створення і просування туристичного продукту та аналізі розвитку вітчизняного туристичного бізнесу в цілому. Питання аналізу інформації як фактора виробництва і процесу перетворення її в пріоритетний фактор сучасних виробничих відносин, сутності інформаційних технологій і напрямів їх застосування в діяльності підприємств виробничої сфери та сфери послуг, процесів інформатизації суспільства стали предметом дослідження в працях таких вчених, як Мельниченко С.В. [1], Марчук Л.С. [3, 8, 17], Кравчук А.В. [9], Матросової В.О. [12, 14], Перерви П.Г. [2, 4, 12], Косенко А.В. [11, 12, 14], Маслак М.В. [14, 19], Долини І.В. [12, 14] та ін.

В цих роботах детально розглянуто роль інтелектуальної власності як інформаційного носія науково-технічного прогресу в різних сферах народного господарства нашої країни. Але поза увагою вказаних вище і інших дослідників

залишилися питання визначення ролі інтелектуальної власності в сфері послуг, зокрема, в сфері туристичного бізнесу.

Туризм, як жодна інша галузь, ефективно сприяє розвитку малого та середнього підприємництва, оскільки саме на невеликі компанії доводиться в середньому більше 70% всіх зайнятих в туризмі. Туристичний бізнес - це сфера дрібного і середнього підприємництва, тому методи і способи ведення бізнесу можуть бути динамічними, але ефективним є тільки той стиль, який визначає значний прибуток і прогресивний розвиток фірми.

Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.д. При цьому необхідно зазначити, що ця система технологій розгортається НЕ турагентами, готелями або авіакомпаніями кожним окремо, а усіма ними. Більш того, використання кожним сегментом туризму системи інформаційних технологій має значення для всіх інших частин. Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. На сьогоднішній день в туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи тощо. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre. Разом ці системи нараховують приблизно 500000 терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що займає більше 90% ринку, 10% займають регіональні системи резервування та системи, які знаходяться у стадії злиття з однією з вищеперерахованих. Кожна GDS, хоча й є глобальною, має свій арсенал розповсюдження. Для Amadeus та Galileo – це передусім Європа, для Sabre та Worldspan – Америка. Підводячи підсумки, доцільно зауважити, що ефективне управління сферою венчурного підприємництва в сфері туризму повинно мати на меті не лише розвиток туристичного ринку, як сфери економічних відносин між суб'єктами туристичної діяльності, а й формування передумов для підвищення рівня життя населення, створення нових робочих місць, збільшення надходжень до бюджетів, активізації підприємницької діяльності. Здійснення вищевказаного можливо за рахунок туристичної політики держави, яка реалізує управлінський вплив відповідних органів державної влади через адміністративні, організаційно-правові, соціальні та економічно-фінансові методи та заходи.

Позитивний вплив інтелектуально-інформаційних технологій на туристичний потік зумовлюється трансформацією сфери туризму з такої, яка орієнтована на обслуговування організованих туристів, – на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів. Незважаючи на достатню поширеність інформаційних технологій, рівень їх використання вітчизняними підприємствами є досить незначним, що зумовлено:

- низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури;
- відсутністю баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни; обмеженістю інформації та реклами туристичного продукту на ринках;
- низьким рівнем розвитку віртуальних туристичних підприємств;
- відсутністю державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи.

Таким чином, інтелектуальний, інформаційний і туристичний ринки повинні задовольняти потреби всіх категорій вітчизняних та іноземних споживачів, які бажають отримати туристичну послугу, а держава (регіон, галузь, підприємство) – підтримувати і сприяти розвитку як традиційних туристичних підприємств, що орієнтуються на клієнтів, які надають переваги особистому спілкуванню під час придбання послуги, так і інтелектуально-інформаційних туристичних підприємств, які можуть задовольнити потреби клієнтів, що надають переваги не особистому спілкуванню з туроператорами.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти Вісник Запорізького національного університету. - 2010. - №2(6). - С.129–138.
2. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки) : зб. наук. пр. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
3. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
4. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // Вісник Національного

технічного університету "ХПІ" (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.

5. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

6. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.

7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.

8. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

9. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.

10. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.

11. Косенко А.В., Перерва П.Г., Кобелева, Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінкових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.

12. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.

13. Косенко О.П., Перерва П.Г., Ткачова Н.П., Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва // Вісник Національного технічного

університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.

14. Матросова В.О., Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політика на підприємствах туристичної індустрії // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С.114-120.

15. Pererva P.G., Kobieliyeva T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.

16. Косенко А.В., Перерва П.Г. Преимущества интеллектуальной собственности // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. –Ч. 1. –С. 146-149.

17. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Основні антикризові заходи в управлінні промисловим підприємством. Економічні науки : матеріали 8-ї наук.-практ. конф., м. Харків 29 листопада 2018 р. Харків, 2018. С. 136–137

18. Крамської Д.Ю., Нотовський П.В. Підвищення якості інвестиційних проектів завдяки введенню додаткових елементів інформаційного масиву // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 140-146.

19. Маслак О. І. Аналіз вартісного оцінювання трансферу інтелектуально-інноваційних технологій на підприємстві / О. І. Маслак, Н. М. Шматько, М. В. Маслак // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 50-54.

20. Погорєлова Т.О. Інноваційні технології в управлінні персоналом на сучасному підприємстві. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Х.: НТУ «ХПІ». 2018. №15(1291). С. 101-104.

21. Погорєлов С.М. Особливості застосування інформаційних технологій в менеджменті та економіці // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С.151-155.

22. Перерва П.Г., Гусаковська Т.О. Інтелектуальна власність в структурі інтелектуального капіталу // Вісник Національного технічного університету

„Харківський політехнічний інститут”. Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків: НТУ „ХПІ”. – 2008. – № 1 – 2. – С. 161 – 168.

23. Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолоник Р.Ф. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие / П.Г.Перерва,- Харьков : ХГПУ, 1999.- 242с.

24. Косенко О. П. Кон’юнктура технологічного ринку : оцінка ризиків комерціалізації об’єктів інтелектуальної власності / О. П. Косенко, Т. О. Кобєлева, П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХПІ».–Харків : НТУ «ХПІ», 2014.–№33 (1076).–С. 76 – 87.

25. Compliance program = Комплаенс программа : [tutorial] / P. G. Pererva [et al.] ; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p. – На рус. яз.

26. Косенко О.П., Косенко О.П., Ткачов М.М. Розвиток методів вартісної оцінки нематеріальних активів та об’єктів інтелектуальної власності // Научные труды ДонНТУ : сб. науч. тр. Сер. : экономическая / гл. ред. В.В.Дементьев. – Донецк : ДонНТУ, 2014. – № 4. – С. 57-66.

27. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие для машиностроительных специальностей инж.-техн.вузов.- Харьков : «Основа», 1993.- 288с.

28. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с.

29. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения : [монография]. - Х.: Основа, 1991. - 114 с.

30. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.